

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Persepsi Nilai dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen dan dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen Salon Flaurent yang berada di Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa salon Flaurent yang berada di Yogyakarta minimal lebih dari dua kali. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 107 responden yang dipilih dengan *purposive sampling* dan nonprobsabilitas. Alat analisis yang digunakan adalah *Statistical Package for Social Sciences (SPSS)* .

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa persepsi nilai mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kepuasan konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, persepsi nilai mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, persepsi nilai mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

Kata kunci : Persepsi Nilai, Kepercayaan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

This research aimed to analyze the influence of Perceived of Value and Trust in Customer Satisfaction and impact on Customer Loyalty Salon Flarent in Yogyakarta. Subjects in this research is that consumers use the services Flarent salon in Yogyakarta minimum of more than two times. In this research a sample of 107 respondents were selected by purposive sampling and nonprobabilitas. The analytical tool used is the Statistical Package for Social Sciences (SPSS).

Based on the analysis that has been done shows that the perception of value has a positive and significant impact on consumer satisfaction, trust positive and significant impact on consumer satisfaction, consumer satisfaction has a positive and significant impact on customer loyalty, perceived value has positive and significant impact on customer loyalty, trust has positive and significant impact on customer loyalty, perceived value has positive and significant impact on customer loyalty through customer satisfaction, trust has a positive and significant impact on customer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: Perception of Values, Trust, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty